

**PENGARUH *FOOD BLOGGER*, SOSIAL MEDIA
INSTAGRAM, DAN INOVASI MAKANAN,
TERHADAP MINAT BELI *FOLLOWERS ACCOUNT*
INSTAGRAM JAKULCEPU KABUPATEN BLORA**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta**

**Oleh :
ALDI FAUZAN ADHIMA
B100170232**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
MUHAMADIYAH SURAKARTA**

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca kripsi dengan judul:
**PENGARUH *FOOD BLOGGER*, SOSIAL MEDIA INSTAGRAM,
DAN INOVASI MAKANAN, TERHADAP MINAT BELI
FOLLOWERS ACCOUNT INSTAGRAM JAKULCEPU
KABUPATEN BLORA**

Yang disusun oleh:


ALDI FAUZAN ADHIMA

B 100 170 232

Penanda tangan berpendapat bahwa kripsi tersebut telah memenuhi
syarat untuk diterima

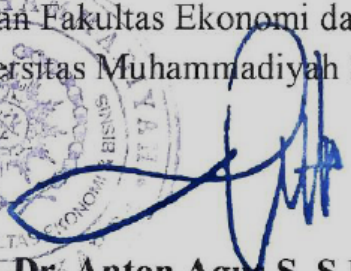
Surakarta, 08 November 2021

Pembimbing Utama


(Basworo Diby. S.E., M.Si.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta


(Prof. Dr. Anton Agus S, S.E., M.Si.)

NIK 829



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ALDI FAUZAN ADHIMA
NIRM : B100170232
Jurusan : MANAJEMEN
Judul Skripsi : PENGARUH *FOOD BLOGGER*, SOSIAL
MEDIA INSTAGRAM, DAN INOVASI
MAKANAN, TERHADAP MINAT BELI
FOLLOWERS ACCOUNT INSTAGRAM
JAKULCEPU KABUPATEN BLORA

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

08 November 2021
Surakarta,

Yang membuat pernyataan,

(ALDI FAUZAN ADHIMA)

MOTTO

Ilmu pengetahuan adalah kehidupan pikiran. (Abu Bakar Ash-Shiddiq)
“Ilmu itu lebih baik daripada harta. Ilmu menjaga engkau dan engkau menjaga harta. Ilmu itu penghukum dan harta terhukum. Harta itu kurang apabila dibelanjakan, tapi ilmu bertambah bila dibelanjakan.”

(Ali Bin Abi Thalib)

Yang terbaik di antara kalian adalah mereka yang berakhlak paling mulia.

(Nabi Muhammad SAW)

Manusia yang berakal adalah manusia yang suka menerima dan meminta nasihat.

(Umar bin Khattab)

Kami diuji dengan kesusahan, maka kami sabar, tetapi ketika diuji dengan kesenangan (kemewahan), hampir-hampir kami tidak sabar.

(Abu Bakar Ash-Shiddiq)

Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.

(Q.S. Ar Rad: 11)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah atas berkah, rahmat, dan limpahan nikmat-Nya berupa kesehatan dan kesempatan, penulis diberikan kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Maha karya ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT yang selalu memberikan kemudahan, nikmat, karunia serta hidayahNya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah memberi tauladan dan membawa perubahan dari zaman jahiliyah ke zaman yang terang benderang.
3. Kedua orang tua saya tercinta Bapak dan Ibu yang telah memberikan kasih sayang, nasihat, motivasi, dukungan, serta selalu mendoakan yang terbaik buat saya di setiap waktu.
4. Pembimbing Skripsi Bapak Basworo Dibyo. S.E., M.Si. yang telah membimbing dalam kelancaran penulisan skripsi.
5. Keluarga, Sahabat serta teman-teman semuanya yang telah memberikan semangat dan dukungan.
6. Almamaterku, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

**PENGARUH *FOOD BLOGGER*, SOSIAL MEDIA INSTAGRAM, DAN
INOVASI MAKANAN, TERHADAP MINAT BELI *FOLLOWERS
ACCOUNT* INSTAGRAM JAKULCEPU KABUPATEN BLORA**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *food blogger*, sosial media instagram dan inovasi makanan terhadap minat beli *followers account* instagram jakulcepu. Metode penelitian yang digunakan adalah metode dengan pendekatan kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu yaitu *followers account* instagram jakulcepu yang berusia 17 tahun keatas yang berada di kabupaten Bolra. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode non probability sampling dengan jumlah responden sebanyak 120 responden dan data yang digunakan adalah data primer berupa kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *food bloggertidak* berpengaruh signifikan terhadap minat beli *followers account* instagram jakulcepu. (2) sosial media instagran berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *followers account* instagram jakulcepu. (3) inovasi makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *followers account* instagram jakulcepu.

Kata Kunci : *food blogger*, sosial media instagram, inovasi makanan, minat beli.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of food blogger, Instagram social media and contemporary culinary on buying interest in Jakulcepu Instagram account followers. The research method used is a method with a quantitative approach used to examine certain populations or samples, namely followers of the Jakulcepu Instagram account aged 17 years and over who are in Bolra Regency. Sampling was done by non-probability sampling method with the number of respondents as many as 120 respondents and the data used were primary data in the form of a questionnaire. The data analysis method used is multiple regression analysis. The results of this study indicate that (1) food blogger has no significant effect on buying interest in Jakulcepu Instagram account followers. (2) Instagram social media has a positive and significant effect on buying interest in Jakulcepu Instagram account followers. (3) contemporary culinary has a positive and significant effect on buying interest in followers of the Jakulcepu Instagram account.

Keywords: *food blogger, social media instagram, food innovation, buying interest.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb.

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, nikmat dan innayah-Nya pada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu yang berjudul “Pengaruh *Food Blogger*, Sosial Media Instagram, dan Inovasi Makanan Terhadap Minat Beli *Follwers Account* Instagram Jakulcepu Kabupaten Blora”. Tidak lupa sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita nabi besar kita Rasulullah Muhammad SAW karena dengan perjuangannya telah menghantarkan kita menjadi umat pilihan, umat terbaik dan juga telah menuntun kita dari jaman yang gelap gulita sampai jaman yang terang benderang pada saat ini demi mencapai ridho Allah.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberikan nikmat dan melimpahkan segala rahmat, hidayat, petunjuk, dan ridho-Nya kepada penulis, dari awal penyusunan skripsi hingga akhir dengan lancar dan tepat waktu. Dan juga nabi besar, Muhammad SAW yang telah memberikan keteladanan yang dapat menjadi tauladan bagi kami.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Prof. Dr. Anton Agus S, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

5. Bapak Basworo Dibyo. S.E., M.Si. selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan ilmu dan dorongan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
6. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Program Studi Manajemen yang telah membimbing dan memberikan ilmunya serta membantu dalam bidang akademik dan administrasi penulis.
7. Ibu dan Bapak serta keluarga yang telah memberikan doa, kasih sayang dan dukungan bagi keberhasilan penulis.
8. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namun memiliki arti penting dalam penyusunan skripsi ini. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian, maka dari itu saran dan kritik yang membangun sangat diperlukan untuk penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Aamiin.

Wasalamu'alaikum wr. wb.

Surakarta, 31 Juli 2021

Penulis

Aldi Fauzan Adhima

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	9
1. Minat Beli	9
2. <i>Food Blogger</i>	16
3. Media Sosial Instagram	20
4. Inovasi Makanan	28
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Kerangka Berfikir Penelitian	35
D. Pengembangan Hipotesis	36
1. Pengaruh <i>Food Blogger</i> terhadap Minat Beli	36
2. Sosial Media Instagram terhadap Minat Beli	37
3. Inovasi makanan terhadap minat beli	38

BAB III METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian.....	39
B. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	40
C. Variabel dan Definisi Operasional Variabel	41
D. Sumber Data.....	44
E. Metode Pengumpulan Data.....	45
F. Metode Analisis Data.....	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskripsi Responden	54
B. Analisis Data	57
C. . Pembahasan.....	70
1. Pengaruh <i>Food Blogger</i> Terhadap Minat Beli	70
2. Pengaruh Sosial Media Instagram Terhadap Minat Beli	71
3. Pengaruh Inovasi Makanan Terhadap Minat Beli.....	72

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	73
B. Keterbatasan Penelitian.....	74
C. Saran.....	74

DAFTAR PUSTAKA	76
----------------------	----

LAMPIRAN.....	79
---------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	56
Tabel 4.5 Ringkasan Hasil Uji Validitas InstrumenVariabel <i>Food Blogger</i> ...	58
Tabel 4.6 Ringkasan Hasil Uji Validitas InstrumenVariabel Sosial Media Instagram	59
Tabel 4.7 Ringkasan Hasil Uji Validitas InstrumenVariabel Inovasi Makanan	59
Tabel 4.8 Ringkasan Hasil Uji Validitas InstrumenVariabel Minat Beli	60
Tabel 4.9 Ringkasan Hasil Analisis Reliabilitas Variabel	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	35
Gambar 4.1 Hasil Uji t Variabel <i>Food blogger</i>	64
Gambar 4.2 Hasil Uji t Variabel Sosial Media Instagram	67
Gambar 4.3 Hasil Uji t Variabel Inovasi Makanan.....	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 2 : Hasil Uji Validitas	84
Lampiran 3 : Hasil Uji Reliabilitas	87
Lampiran 4 : Hasil Uji Asumsi Klasik.....	89
Lampiran 5 : Hasil Analisis Regresi Berganda	92
Lampiran 6 : Jawaban Kuesioner Responden	93